Journal of Humanity Studies
Volume 1 (1), Tahun 2022, 45-54

PERAN INDONESIA DALAM PERGOLAKAN KAPITALIS BARU: *PLATFORM* PENYEDIA JASA PENGINAPAN OYO HOTELS DAN REDDOORZ

Hanafi Saputra
Staff Pengajar Studi Humanitas, Universitas PGRI Sumatera Barat
Email: hanafi.academic25@gmail.com

ABSTRACT

This study reads the phenomenon of new platform capitalism from a sociological perspective. This study will critically discuss what is a platform based business model? How has the development of a platform based business model developed and has a positive impact on the Indonesian economy in the field of lodging services? and whether Indonesia is in the position of a player or even just as a worker in the digital economy era in the era of the industrial revolution 4.0, especially on the platforms of lodging service providers Oyo Hotels and RedDoorz. Furthermore, the authors can conclude that technological developments and economic globalization have given birth to a new form of capitalism, namely economic digitization in the form of platforms especially in the field of lodging service providers, namely Oyo Hotels and RedDoorz.

KEYWORDS: *new platform capitalism*, *platform based business model*, *Oyo Hotels, RedDoorz*.

INTISARI

Studi ini membaca fenomena *new platform capitalism* dalam sudut pandang Sosiologi. Studi ini akan membahas secara kritis mengenai apa itu *platform based business model*? Bagaimana perkembangan *platform based business model* berkembang dan memberikan dampak positif terhadap perekonomian Indonesia dalam bidang jasa penginapan? dan apakah Indonesia berada pada posisi pemain atau malah hanya sebagai pekerja dalam era ekonomi digital di era revolusi industry 4.0 terkhusus pada *platform* penyedia jasa penginapan Oyo Hotels dan RedDoorz. Selanjutnyaa, penulis dapat menyimpulkan bahwa perkembangan teknologi dan globalisasi ekonomi, telah melahirkan bentuk kapitalis baru yaitu digitalisasi ekonomi berupa *platform* terutama dalam bidang penyedia jasa penginapan yaitu Oyo Hotels dan RedDoorz.

KATA KUNCI: *new platform capitalism*, *platform based business model*, Oyo Hotels, RedDoorz.

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara kepulauan yang memiliki bentang pulau dan lautan yang mempesona. Kondisi alam demikian memberikan dampak positif terhadap perkembangan perekonomian Indonesia. Pada awalnya, sektor migas merupakan bidang yang menjadi prioritas utama ekonomi (Angraini, 2015), namun dengan semakin berkurangnya persediaan migas, sektor pariwisata menjadi tampuk utama focus pendapatan dewasa ini (Nugroho, 1997; Sharpley & Telfer, 2002; Sofronov, 2018).

Kondisi itu mendukung semakin banyaknya pendatang yang melakukan wisata ke berbagai daerah di Indonesia. Perkembagan kunjungan wisatawan mancanegara dalam tiga tahun terakhir 2017 berjumlah 15 juta, 2018 berjumlah 17 juta, dan 2019 berjumlah 20 juta pengunjung. Wisatawan Indonesia dengan perkembangan tiga tahun terakhir yaitu 2017 sebanyak 265 juta, 2018 sebanyak 270 juta, dan 2019 sebanyak 275 juta pengunjung. Kondisi itu memberikan sumbangan devisa bagi negara pada tahun 2017 sebesar 182 triliun, 2018 sebesar 223 triliun, dan pada tahun 2019 sebesar 275 triliun (Investment, 2016).

Sektor pariwisata tentu berkaitan erat dengan destinasi, transportasi, dan tentu saja jasa penginapan berupa hotel atau pun *homestay*. Hal itu memberikan kesempatan untuk semakin terbukanya peluang lapangan kerja. Terbukti dengan perkembangan sektor pariwisata, tiga tahun terakhir jumlah serapan tenaga kerja Indonesia mengalami peningkatan dari tahun ke tahun yaitu pada tahun 2017 sebanyak 12,4 juta, 2018 sebanyak 12,7 juta, dan 2019 sebanyak 13 juta jiwa (Investment, 2016) namun sempat terjadi penurunan kunjungan wisata pada tahun 2020 dan 2021 karena pandemi COVID-19 (Prasetyo, 2020). Data tersebut menunjukan dalam tiga tahun terakhir penyerapan tenaga kerja sebagai dampak perkembangan sektor pariwisata mengalami peningkatan.

Seiring dengan hal itu, Indonesia kini sedang dilanda dengan perkembangan yang dikenal dengan revolusi industry 4.0 (Virillo, 1986). Kondisi ini akibat dari lahirnya era yang dinamakan era disrupsi, yaitu era dimana orang-orang dituntut untuk beradaptasi dengan cara dan stategi sesuai dengan disrupsi yang sedang muncul. Revolusi industri 4.0 memicu lahirnya ekonomi digital, yaitu aktifitas bisnis yang bergantung pada tiga pondasi berupa teknologi, data, dan internet (Ridho, 2018).

Kondisi yang sedang dialami Indonesia tersebut berkorelasi erat dengan tumbuh dan berkembangnya sistem baru kapitalisme. Kapitalisme merupakan suatu paham dalam

sistem ekonomi yang berkaitan dengan penanaman modal dan kegiatan industry bersumber pada modal pribadi atau modal perusahaan swasta dengan ciri persaingan dan pasar bebas (Redaksi, 2005). Awalnya, kapitalisme sebagai sistem ekonomi mulai berkembang di Eropa pada abad ke-16 sampai abad ke-19, pada masa perkembangan perbankan komersial Eropa ketika sekelompok individu atau golongan dapat melakukan tindakan dengan badan tertentu dengan memiliki atau melakukan perdagangan barang milik pribadi seperti tanah dan manusia untuk proses perubahan dari barang mentah ke barang jadi (Piliyanti, 2009).

Umer Chapra menjelaskan sistem kapitalis memiliki lima ciri, yaitu (1) percaya bahwa ekspansi kekayaan dapat dipercepat, produksi maksimum dan pemuasan keinginan sesuai dengan prefensi individu sangat penting bagi kesejahteraan; (2) kebebasan individu tanpa batas untuk menciptakan kekayaan pribadi, memiliki dan mengatur sebagai keharusan bagi inisiatif individu; (3) inisiatif individu dan pengambilan keputusan dalam pasar bebas sebagai syarat efisiensi optimum alokasi sumber daya; (4) tidak perlu peran pemerintah dan nilai-nilai kolektif dalam efisiensi alokasi dan keadilan distribusi; dan (5) pemenuhan kenpentingan pribadi oleh semua individu secara otomatis akan memenuhi kepentingan sosial (Baidhawy, 2007). Seiring berjalannya waktu, perkembangan kapitalis turut mengalami perubahan. Perubahan itu bermulai dari dominasi perusahaan tradisional dalam penguasaan barang produksi dan modal, namun kini berkembang ke dalam bentuk model bisnis berbasis *platform/platform base business model* (Rahman & Thelen, 2019).

Sehubungan dengan perkembangan *platform base business,* penulis akan mengambil dua contoh *platform* ekonomi penginapan yang berkembang di Indonesia, di antaranya OYO dan RedDoorz. Dalam tulisan ini, penulis akan menelisik posisi Indonesia terkait dengan perannya dalam menangkap peluang bisnis pariwisata sebagai sektor unggulannya dalam era revolusi industry 4.0. Berangkat dari latar belakang di atas maka untuk mengarahkan tulisan ini, adapun pertanyaan yang yang ingin di jawab dalam tulisan ini yaitu Apa itu *platform based business model*? Bagaimana perkembangan *platform based business model* berkembang dan memberikan dampak positif terhadap perekonomian Indonesia dalam bidang jasa penginapan? dan apakah Indonesia berada pada posisi pemain atau malah hanya sebagai pekerja dalam era ekonomi digital di era revolusi industry 4.0?

METODE PENELITIAN

Tulisan ini dilakukan dengan metode kualitatif dengan menggunakan data sekunder yang penulis peroleh dari buku, journal, artikel, dan bahan terkait lainnya di *google searching*. Data yang diperoleh akan dikembangkan dalam pembahasan dan kemudian diinterpretasikan dengan kondisi yang penulis lihat di lapangan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Platform based business model merupakan bentuk baru dari wujud kapitalisme. *Platform* semacam ini telah ada dan berkembang di United State sejak tahun 1980-an dan 1990-an, dan kemudian menyebar dan berkembang ke berbagai belahan dunia termasuk di Indonesia. Dalam perkembangannya, perusahaan penyedia *platform* bersaing harga untuk penawaran lebih rendah bagi barang atau jasa yang sama. Sekarang, persaingannya berada pada bagaimana mencipkakan jalan untuk memberikan penawaran dan nilai lebih antara sesama penyedia *platform* (Rahman & Thelen, 2019).

Begitu banyak *platform* yang dibuat dan bahkan telah mengglobal tidak hanya di United State, namun telah mencakup di negara-negara luar Amerika dan Eropa, seperti Asia dan lainnya. Berbagai bentuk jenis dan fungsi dari *platform* yang kini ada. Tidak terkecuali *platform* yang berkaitan erat dengan sektor pariwisata, khususnya *platform* penyedia jasa penginapan. Sebagai negara yang menjadi salah satu destinasi tujuan wisata dunia, kondisi ini menarik para pelaku bisnis untuk menancapkan kukunya mengembangkan bisnis *platform*-nya untuk meraup keuntung yang berlipat di Indonesia. Sebagai bentuk dan wajah baru dari kapitalis, sistem ekonomi digital seperti ini dikenal dengan konsep *platform* kapitalis.

Platform digital ekonomi merupakan hasil langsung dari digitalisasi wilayah bisnis, yang ditandai dengan penggunaan teknologi, automasi, *sharing economy*, dan *Internet of Things* (IoT) (Luthje). Data menjadi pusat dari kegiatan ekonomi yang berimplikasi pada ekonomi berjalan berdasarkan kontrol informasi secara berangsur-angsur. Dengan dinamika demikian, maka *platform* hadir sebagai respon. Makna *platform* di sini adalah sebuah infrastruktur digital yang menjadi alat penyambung antara pengguna atau kelompok untuk berinteraksi. Kemudian, *platform* memberikan berbagai alat pengguna untuk

membuat produknya sendiri, jasa dan media jual beli, yang melengkapi moda produksi yang kapitalistik (Ridho, 2018).

Platform digital ekonomi memiliki ciri-ciri berupa adanya ketergantungan dengan jaringan. Semakin banyak yang memakai *platform*, maka semakin berharga *platform* tersebut. Di samping itu, *platform* menggunakan subsidi silang, hal ini berlaku ketika sebuah entitas bisnis memiliki berbagai lini usaha. Di satu sektor pemilik dapat menarik biaya jasa sementara disektor lain biaya digratiskan (Ridho, 2018). Contohnya dapat dilihat pada keberadaan *platform* digital ekonomi penyedia jasa penginapan di Indonesia. Pengguna dapat dengan mudah mendapatkan, menginstal, dan menggunakan *platform* yang telah disediakan. Pengguna dapat menggunakan fasilitas seperti play store atau google play untuk kemudian operasikan dengan gratis. Hanya saja, untuk menikmati fasilitas yang disediakan dalam aplikasi *platform* tersebut, pengguna atau user harus melakukan pembayaran atas transaksi yang dilakukannya (Ridho, 2018).

Platform ekonomi termanifestasi dalam beberapa jenis: (1) periklanan, yaitu aktifitas mengumpulkan informasi dari pengguna dan analisis untuk periklanan; (2) *platform* awan/ *cloud* untuk penyewaan sistem penyimpanan data; (3) *platform* industri, berbasis hardware dan software untuk menjalankan produksi berbasis internet; (4) *platform* produk dan (5) *lean platform*, yang secara kasar tidak memiliki kapital dalam operasinya, namun menyediakan software sebagai media usaha. Kapital lainnya diambil secara *outsourcing* dari luar perusahaan. OYO Hotels dan RedDoors adalah contoh *platform* yang bergerak dalam bidang industry penyedia layanan penginapan, namun tidak memiliki hotel secara fisik sebagai kapital mereka (Ridho, 2018).

OYO dan RedDoorz merupakan dua *platform* yang menyediakan layanan jasa penginapan hotel yang berkembang di Indonesia. *Platform* ini berbasis pada sistem aplikasi yang disediakan untuk memberikan kemudahan bagi pengguna dalam melakukan aktifitas pemesanan hotel. OYO merupakan aplikasi yang dikembangkan oleh *startup* asal India yang bergerak dalam bidang perhotelan. OYO Hotels mengusung konsep baru dibandingkan dengan kompetitor lainnya (Developper, 2019). Sementara itu, RedDoorz merupakan *platform* penyedia jasa penginapan milik Singapura dan telah beroperasi di 20 kota di Indonesia (Wiastuti, 2016) (Setyowati, 2018).

Belum genap mencapai satu tahun, OYO Hotels telah mampu menggandeng mitra dengan lebih dari 1.000 hotel, dengan total 27.000 kamar, megajak 1.200 *owner* hotel untuk bergabung dengannya, dan telah beroperasi dilebih dari 100 kota di Indonesia (Fitri, 2019). Bermacam kelebihan yang ditawarkan olehnya (Developper, 2019), diantaranya:

Pertama, mengusung konsep *manchise* yaitu franchise. Hal ini memberikan keuntungan lebih bagi para pemilik hotel yang sudah menggunakan aplikasi OYO. Para pemilik hotel tidak perlu susah mengiklankan dan membuat tata kelola hotel, karena semua dikerjakan oleh OYO. Semua akan menggunakan standar OYO dengan tim operasional yang ada di dalam OYO Hotel adalah para manajer hotel berbintang yang sudah berpengalaman.

Kedua, aplikasi ini memberikan kemudahan dalam proses pemantauan. Aplikasi OYO yang dipegang oleh pemilik hotel dapat membuat pemilik langsung memantau operasional bisnis hotel, memantau performa hotel, dan juga memantau keuangannya. Selain itu, pemilik hotel juga dapat mendapatkan informasi mengenai review pelanggan dengan cepat.

Ketiga, memiliki tingkat komunikasi dan yang lebih ceoat dan tepat. OYO Hotel mampu memberikan informasi yang lebih lengkap dan akurat kepada para calon pelanggan. Hal itu didukung oleh semua manajemen perhotelan yang sudah ditangani oleh OYO Hotel. Berdasarkan data yang dilansir oleh OYO Hotel, aplikasi yang dikelolanya ini mampu mengurangi berbagai macam pertanyaan yang diajukan oleh para tamu sebesar 60 persen.

Keempat, adanya sistem audit. OYO Hotel menyediakan aplikasi yang bernama Krypton Apk yang bertujuan untuk keperluan audit hotel baik terkait dengan properti hotel secara keseluruhan sampai ke permasalahan kamar. Tim audit akan diturunkan untuk mengecek secara langsung keadaan hotel, dan mengatasi masalah dan persoalan yang ada. Jadi review yang diberikan oleh pelanggan dapat diyakini nyata dan sesuai dengan kondisi sebenarnya.

Kelima, memberikan penilaian bagi pelangga. OYO Hotel dapat memberikan penilaian bagi setiap pelanggan yang pernah berkunjung. Kelebihan ini memberikan masfaat secara otomatis, dimana OYO Hotel dapat membedakan tamu yang sudah pernah menginap di jaringan OYO Hotel, dan mempunyai perilaku yang buruk. Hal itu dibutuhkan untuk mempersiapkan tindakan antisipatif terhadap tamu dengan penilaian yang buruk.

Di sisi lain, RedDoorz mampu berkembang dan bertahan di Indonesia dikarenakan adanya pendanaan yang diperolehnya dari investor, yaitu Sushquehanna International Group, International Finance Corporation, InnoVen Capital, dan Jungle Ventures, serta

investor baru seperti DeepSky Capital, FengHe Group, dan Hendale Capital. Sehingga tertahun 2018 RedDoorz telah tersebar di 20 kota di Indonesia (Setyowati, 2018).

Kondisi tersebut mengisyaratkan bahwa adanya pergerakan yang signifikan perkembangan kapitalisme wajah baru di Indonesia khususnya pada kasus aplilasi *platform* penyedia jasa penginapan. Dikatakan demikian, korporat pelaku kapitalis dapat menguasai alat produksi dalam hal ini OYO dan RedDoorz tanpa memiliki fisik dari hotel atau penginapan. Bahkan parahnya, dengan adanya *platform* ini, semua pemilik hotel yang akan bergabung harus memenuhi dan mengikuti semua aturan main yang ditetapkan secara sepihak oleh korporat pemilik OYO atau pun RedDoorz. Kerugian yang dialami oleh pihak pemilik hotel, sepenuhnya bukan menjadi tanggungjawab dari pihak OYO maupun RedDoorz (Partner, 2019).

Begitu banyak *platform* yang memberikan penawaran sejenis berkembang dan tumbuh di Indonesia, akan tetapi persaingan di bidang yang sama dimainkan oleh pihak luar, OYO India dan RedDoorz Singapura. Indonesia hanya berada pada posisi pengguna/ pengambil manfaat dari *platform* yang tersedia. Padahal, dengan kondisi perkembangan Indonesia yang menjadikan Pariwisata sebagai sektor unggulan pendapatan Negara, sudah saatnya Indonesia menjadi penguasa di negeri sendiri. Mengambil dan menangkap peluang yang sengaja dibuat untuk sepenuhnya kesejahteraan dan kebangkitan ekonomi kita apalagi di era revolusi industry 4.0 sekarang. Pembahasan isu topic hangat mengenai industry 4.0 di Indonesia dewasa ini, kita masih terjebak dengan pembahasan seputar pemanfaatan yang notabenenya hanya malah mendukung pertumbuhan dan perkembangan korporat pelaku kapitalis luar.

Indonesia mengalami ketertinggalan dari negara lain. Argumen itu didasari atas kondisi dimana negara lain telah sibuk berlomba untuk menciptakan jalan berupa inovasi *platform* dengan penawaran serta sistem yang baik, sementara kita sibuk dengan pemanfaatan wadah yang mereka buat. Keberadaan OYO dan RedDoorz sebagai *platform* penyedia layanan penginapan merupakan bentuk konkrit dimana kita tertinggal dalam proses pengambilan dan pemanfaatan peluang yang ada. Negara luar melakukan ekspansi bisnis ke Indonesia dan memperoleh keuntungan di sini, sementara kita jangankan melakukan ekspansi yang sama, malah kita masih menjadi pekerja bagi korporat pelaku

bisnis dari luar. Padahal menjadikan Pariwisata sebagai sektor unggulan utama pendapatan negara merupakan keputusan yang tentunya tidak terlepas dari pertimbangan matang.

Kondisi tersebut juga didukung dengan berita yang di-realist World Travel and Tourism Council (WTTC) pada tahun 2018 menetapkan Indonesia sebagai negara dengan pertumbuhan pariwisata tercepat, yakni peringkat 9 dunia, peringkat 3 di Asia dan peringkat 1 di Asia Tenggara. Peringkat Indonesia di Travel and Tourism Competitiveness Index (TTCI) yang dikeluarkan oleh World Economic Forum (WEF), melesat dari ranking 70 tahun 2013 menjadi ranking 42 tahun 2017 (Sugiarto, 2019).

Walau demikian, kita seolah lalai dengan respon untuk memanfaatkan peluang yang kita buat sendiri. Dengan demikian, korporet kapitalis asing lebih dahulu menangkap dan memanfaatkan peluang. Bersaing dengan berbagai cara dan strategi dilakukannya, sementara kita hanya berada di posisi pekerja yang memanfaatkan *platform* mereka demi kekayaannya. Kita disibukkan dengan aturan dan kebijakan yang mereka buat, dengan konsekuensi kerugian yang dialami menjadi tanggungjawab kita. Hal itu menegaskan bahwa Indonesia sedang mengalami penjajahan era baru. Penjajahan yang diperoleh bukan lagi berwujud nyata seperti pada abad 18 hingga awal 19-an, melainkan penjajahan model baru dengan teknologi yang mengusung hegemoni bernafaskan revolusi industry 4.0. Peluang sengaja kita buat, namun urat nadi perkembangan dimanfaatkan orang lain.

Dengan demikian, tiba dimana respond, tanggapan, dan solusi penanganan tepat untuk hal itu dibutuhkan. Optimalisasi sumber daya manusia yang mempuni, ditambah dengan keseriusan elit pemerintah untuk mendukung terwujudnya kemandirian ekonomi yang berbasis digital sebagai solusi dan tanggapan dalam menerima era 4.0. Mengambil peluang yang dibuat untuk meraih posisi pemain dalam geliat persaingan global. Lahirnya *platform* milik pribadi Indonesia yang berdampak pada kemakmuran seluruh rakyat menjadi dasar pemanfaatan, penerimaan dan pemain dalam era revolusi industry 4.0. Selain itu, pemerintah sebagai pemangku kekuasaan sudah saatnya meberikan aturan main berupa regulasi yang jelas demi mendukung masyarakat Indonesia dalam persaingan digital ekonomi terutama pada bidang *platform* penginapan.

SIMPULAN

Perkembangan teknologi dan globalisasi ekonomi, telah melahirkan bentuk kapitalis baru yaitu digitalisasi ekonomi berupa *platform* terutama dalam bidang penyedia jasa penginapan. Indonesia yang telah menjadikan pariwisata sebagai lokomotif utama penggerak perekonomian bangsa, kemunculan OYO dan RedDoorz sebagai *platform* asal India dan Singapura menandakan bahwa Indonesia masih belum maksimal menangkap peluang yang sengaja dibuat sendiri. Di era 4.0 ini sudah saatnya kreatifitas, inovasi, dan kepekaan menangkap peluang bagi masyarakat Indonesia dalam bidang pariwisata terkhusus penginapan. Selain itu, dibutuhkan regulasi berupa kebijakan dari pemerintah untuk melindungi dan mendukung perekonomian masyarakat Indonesia di era 4.0 berupa digital ekonomi.

DAFTAR PUSTAKA

Angraini, D. (2015). Kerjasama United Nations World Tourism Organization (UNWTO) dengan Indonesia dalam Pengembangan Sektor Pariwisata di Pangandaran, Jawa Barat Tahun 2011-2013. *JOM FISIP*, *2* (1), 1–15. https://media.neliti.com/media/publications/32063-ID-kerjasama-united-nations-world-tourism-organization-unwto-dengan-indonesia-dalam.pdf

Baidhawy, Z. (2007). *Islam Melawan Kapitalis.* Yogjakarta: Resist Book.

Fitri, A. (2022, September 4). OYO luncurkan program OPEN bagi mitra pemilik aset: https://industri.kontan.co.id/news/oyo-luncurkan-program-open-bagi-mitra-pemilik-aset

Indonesia Invesment. (2022, September 16). Industri Pariwisata Indonesia: https://www.indonesia-investments.com/id/bisnis/industri-sektor/pariwisata/item6051

Johnson, D. P. (1988). *Teori Sosiologi Klasik dan Modern Jilid 1.* Jakarta: PT. Gramedia.

Luthje, B. (n.d.). Platform Capitalism 'Made in China'? Intelligent Manufacturing, Taobao

Villages and the Rustucturing of Work. Luthje, Boy. 2019. Platform Capitalism 'Made in China'? Intelligent Manufacturing, Taobao Villages and the Rustucturing of Work.

Nugroho, H. (1997). Industrialisasi Sektor Pariwisata: Pintu Masuk Pembangunan atau Pelembagaan Keterbelakangan? *Jurnal I-Lib UGM*, *16* (VI), 28–38. https://repository.ugm.ac.id/25125/

Partner, H. (2019). *OYO*. Mari sepakat mengenai Syarat dan Ketentuan sebelum kami resmi mengelola properti Anda.: https://partner.oyorooms.com/id/tnc

Piliyanti, I. (2009). Menggugat Sistem Kapitalisme. *Journal Ekonomi Islam Volume III, No.1, Juli* .

Prasetyo, I. T. (2020, September 17). Update Covid-19 Indonesia Kamis 17 September 2020: Tambah 3.635 Kasus Baru, Total 56.720 Kasus Aktif. *Tribun Palu*. https://palu.tribunnews.com/2020/09/17/update-covid-19-indonesia-kamis-17-september-2020-tambah-3635-kasus-baru-total-56720-kasus-aktif

Rahman, S., & Thelen, J. (2019). The Rise of the Platform Business Model and the Transformation of Twenty-Fisrt-Century Capitalism. *Journal.sagepub.com* , 177-204.

Redaksi, T. (2005). *Kamus Besar Bahasa Indonesia. Edisi Ketiga.* Jakarta: Balai Pustaka.

Ridho, M. R. (2018, Desember 31). *Centre for Digital Sociaty*. Retrieved Desember 11, 2019, from CFDS: http://cfds.fisipol.ugm.ac.id/article/369/kapitalisme-platform-review-buku

Setiawan, W. (2017). Era Digital dan Tantangannya. *Seminar Nasional Pendidikan* (pp. 1-9). Bandung: Universitas Pendidikan Indonesia.

Setneg (September 11, 2019) from Pariwisata, Lokomotif Baru Penggerak Perekonomian Indonesia: https://www.setneg.go.id/baca/index/pariwisata_lokomotif_baru_penggerak_ekonomi_indonesia

Setyowati, D. (2018, Oktober 20). *Dkatadata.co.id*. Retrieved September 11, 2019, from Masuk Indonesia, OYO Bersaing dengan Airy, Reddoorz, hingga ZEN Rooms: https://katadata.co.id/berita/2018/10/20/masuk-indonesia-oyo-bersaing-dengan-airy-reddoorz-hingga-zen-rooms

Sharpley, R., & Telfer, D. J. (2002). Tourism and Development Consepts and Issues. In *Journal of Materials Processing Technology* (5th ed., Vol. 1, Issue 1). Channel View Publication. http://dx.doi.org/10.1016/j.cirp.2016.06.001%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.powtec.2016.12.055%0Ahttps://doi.org/10.1016/j.ijfatigue.2019.02.006%0Ahttps://doi.org/10.1016/j.matlet.2019.04.024%0Ahttps://doi.org/10.1016/j.matlet.2019.127252%0Ahttp://dx.doi.o

Sofronov, B. (2018). The Development of The Travel and Tourism Industry in The World. *Annals of Spiru Haret University. Economic Series*, *18*(4), 123–137. https://doi.org/https://doi.org/10.26458/1848

Virillo, P. (1986). *Speed and Politics.* New York: Semiotext.

Wiastuti, R. D. (2016). Virtual Hotel Operator, Is It Distruption For Hotel Industry? *Jurnal Hospitality dan Pariwisata* , 201-215.